**Los factores determinantes del movimiento emprendedor y de la responsabilidad social (RSO) en las organizaciones no lucrativas (ONL)**

**María Teresa Pérez Daruiz**

**e-mail:** **INGENIERIA.NOVAPEL@telefonica.net**

**Antonio Juan Briones Peñalver**

**e-mail:** **aj.briones@upct.es**

**Universidad Politécnica de Cartagena**

**Departamento de Economía de la Empresa**

**C/. Real, nº 3, 30.203 Cartagena (Murcia)**

**Resumen**

El trabajo en curso trata las dimensiones de la responsabilidad Social (RSO) y las políticas de fomento, apoyo y difusión de la cultura emprendedora. En el mismo se tratan algunas de las líneas de investigación en materia de gestión de las organizaciones no lucrativas (ONL). La transparencia, ética, practicas continuadas del movimiento emprendedor y el buen gobierno son elementos esenciales para el desarrollo interno y externo de Dirección Corporativa y la gestión de estas empresas.

**Palabras clave:** emprendedor social, responsabilidad social, organizaciones no lucrativas

**Introducción**

La responsabilidad social no es cuestión reservada a las empresas capitalistas sino que resulta aplicable a las Organizaciones No Lucrativas (ONL), al sector público y agentes sociales. Las ONL tienen una responsabilidad contraída con su entorno que deben asumir y cuya función no se deriva, directamente de su figura jurídica. Asumir responsabilidad social y favorecer al movimiento emprendedor implican cumplir con principios del buen gobierno y con el fomento del la Cultura emprendedora, desarrollando “buenas prácticas” en sus procesos de gestión en todos los ámbitos.

Entre las múltiples características del emprendedor social encontramos algunas relativas a: (1) actitud positiva manifestada a través de la creación de un nuevo negocio, (2) auto-empleo generado por el proyecto de oportunidades identificadas, (3) innovación social de la (re)organización de los recursos. También nos podemos encontrar la conjunción de todas ellas. El espíritu del emprendedor social y colectivo se asemeja al emprendedurismo y definirlo no es una cuestión sencilla, pero si se presentan en personas emprendedoras exitosas una conjunción de atributos donde se participa de forma lineal y desigual, siguiendo pautas más acuciadas en la persona emprendedora social y colectiva. En este trabajo estudiamos el espíritu emprendedor colectivo y las políticas responsabilidad social como factores importantes en las ONL.

**Marco Teórico**

La Responsabidad Social en las Organizaciones no Lucrativas (ONL) es considerada una práctica de gobierno en las organizaciones y empresas de Economía Social. Encontramos que su contribución se valora en términos de solidaridad, cohesión social y vertebración del territorio en los que se ubican y operan estas empresas. Mantienen un compromiso proactivo en la defensa de los Derechos Humanos, la preservación del medioambiente y el desarrollo sostenible. Por ello, las empresas de economía social se relacionan con la Responsabilidad Social, a través de un conjunto de valores y principios comunes tanto en el marco de su gestión responsable como en los negocios hacia las que se enfocan sus actividades que son de orden social y colectivo.

Estos principios se concretan en La Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social y entre ellos tenemos: la primacía de la persona sobre el capital, la toma de decisión democrática, la identificación territorial como motor de dinamización y desarrollo local basada en políticas medioambientales y de sostenibilidad, la generación de empleo sostenible y de calidad, la integración y cohesión social, traducida en la puesta en práctica de valores de democracia, solidaridad y participación.

La responsabilidad como valor ético permite alinear la conducta de un ser humano para nivelar tanto el valor de éxito como de compromiso. Sagot (2008): en su columna de opinión afirma que: “*la noción de responsabilidad se inscribe dentro de los valores éticos. Ello significa que es uno de los elementos que posibilitan un modelo convivencial eficaz. La irresponsabilidad, en cualquiera de sus manifestaciones es, esencialmente, antiética*”. Y sigue afirmando este autor: “*cuando hablamos de responsabilidad aludimos a algo que se asume (…). Asumir una responsabilidad significa apropiarnos de ella. Poder responder por lo que nos ha sido confiado*”.

*Por otra parte destaca el Libro Verde de la Comisión Europea (2001): “La responsabilidad social corporativa es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.* El documento establece una nueva estrategia global de responsabilidad para esta década cuyos objetivos son entre otros, el poseer la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de conseguir un crecimiento económico sostenible, con mayores y mejores empleos y una mayor cohesión social.

Cualquier concepto de responsabilidad social, por su complejidad y amplitud, se muestra difícil de concretar o delimitar en palabras y acciones. De ahí que las características de cada concepto y de cada definición encontrada en la literatura evidencian cuatro especificidades que según Martínez y Juanatey (2010:14-15) son: Pluralidad, Distribución, Sustentabilidad y Transparencia.

* La pluralidad implica que la empresa no debe satisfacer solamente a sus accionistas / beneficiarios sino a todos los stakeholders (grupos de interés) que con ella interactúan. Las empresas solamente pueden ganar si toman en cuenta las consideraciones planteadas desde todos los ángulos en que se encuentran insertadas. Como esa interacción facilita el proceso de toma de decisiones, legitima la acción social de la empresa y amplía la imagen social que es transmitida al público en general.
* La especificidad distributiva implica observar a la responsabilidad social como un concepto que se aplica a toda la cadena productiva. No es solamente el producto final el que ha de ser evaluado y “certificado” bajo el punto de vista social, sino también el proceso productivo de acuerdo con sus impactos ambientales y la contribución del capital humano en todas sus fases.
* La sustentabilidad implica la relación entre ambiente y sociedad. La responsabilidad social en esta especificidad deberá de tener en cuenta la no agresión al medio ambiente, la realización de estrategias para el desarrollo sostenible, así como la promoción de la imagen de la empresa comprendida como un todo. La postura sostenible permite prevención de riesgos futuros, por un lado, y, por otro, reduce los impactos ambientales.
* La transparencia implica, a su vez, la comunicación y la divulgación de la información además de que es obligatoria en términos contables y fiscales.

*La consideración de emprendedor social trasciende en estos días debido a la difícil coyuntura que padecen colectivos y el conjunto de las regiones y territorios de España. En este sentido, el objetivo de las políticas de responsabilidad social (RO) de las ONL está vinculado con el movimiento emprendedor que se deriva y las necesidades de los grupos de interés o grupos sociales e individuos hacia los que se dirigen sus actividades y son influencia recíproca. De esta forma, su caracterización se relaciona con la existencia de emprendedores sociales y colectivos debido a la crisis económica. Las ONL deben hacer las cosas de forma coherente con su misión y valores, ser eficientes en la gestión y la intervención, así como eficaces en el logro de los objetivos que se han marcado. Dentro de los grupos de interés de las ONL se identifican aquellos que se encuentran dentro de la estructura organizativa que se ha creado, denominados internos y los externos que no están en su estructura, pero que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica.*

Los motores del emprendedurismo son confirmados por la experiencia, por una parte, la existencia de expectativas y, por otro, la necesidad o la huida hacia delante (García Gutierrez *et al*., 2008). En momentos de crisis económicas con importantes colectivos en régimen de exclusión, las empresas de Economía Social destacan como instrumentos de inserción sociolaboral. Además, la experiencia demuestra que la motivación en el proyecto de los emprendedores sociales lleva a la consecución de fines y realidades que no lo eran anticipadamente (García-Gutiérrez *et al.*, 2006).

Las competencias emprendedoras no solo deben ayudar a los sujetos a desarrollar con éxito una iniciativa empresarial, sino también a cultivar valores y prácticas sociales asentados en principios democráticos. En este sentido compartimos los que dice Galindo (2006:132), “la adopción de rasgos éticos obliga a adoptar comportamientos emprendedores que beneficiaran a los individuos u organizaciones que lo presentán”. El programa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) define el emprendizaje social como “*la actividad empresarial que tiene por objetivo hacer frente a los problemas de la sociedad*” (Lepoutre *et al*., 2011). En este caso, existe una aproximación al ámbito social desde la perspectiva de los valores de la iniciativa emprendedora, donde compromiso y autonomía son cuestiones características y razones para el desarrollo de proyectos empresariales de ámbito social y colectivo.

En términos generales puede decirse que el emprendimiento social es un proceso que incluye un uso innovador de los recursos y en el que se aprovechan las oportunidades para solventar un problema social o catalizar el cambio social necesario para que el problema se reduzca o desaparezca (Mair y Martí, 2006).

Así pues, el emprendedor social muestra características como las siguientes (Peredo y Mclean, 2006): a) se enfoca hacia la creación de valor social; b) muestra capacidad para aprovechar las oportunidades y crea una visión; c) es innovador, desde la invención pura hasta la adaptación novedosa de algo, en su creación y distribución de valor social; d) está dispuesto a aceptar un mayor nivel de riesgo en la creación y distribución de valor social; e) suele tener suficiente ingenio como para no dejarse intimidar por la escasez de recursos para la puesta en marcha de su aventura social.

El espíritu emprendedor es una cualidad que poseen las personas que crean oportunidades donde otros no, y que trata de aprovechar esas oportunidades a través de diversas modalidades de organización, sin tener en cuenta a los recursos (Mitchell, 2002). Desde una perspectiva más general, la Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde “*El espíritu empresarial en Europa (2003*)”, la define como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social. La literatura describe a los emprendedores como individuos orientados para la acción, enérgicos, tolerantes a las situaciones y adversidades, poseen elevada autoconfianza, con un fuerte control personal, motivación y necesidad de realización. En este sentido, el espíritu del emprendedor social y colectivo puede ser una conjunción de todas las capacidades y/o atribuciones de la persona emprendedora con ciertas connotaciones referidas a la economía social, tal y como reflejamos en la tabla.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Espíritu Emprendedor*** | ***Espíritu del Emprendedor Social y Colectivo*** |
| *Iniciativa Acción* | *Estrategias* | Acción social | Estrategias de Desarrollo Colectivas |
|  | *Innovación- Diferenciación* | Innovación social | Responsabilidad, Calidad, Cooperación |
| *Capacidades* | *Asunción de Riesgos* | Riesgos diversos no solo del capital de la empresa social |
| *Cultura: Cambio* | *Flexibilidad* | Cambios Colectivos | Adaptación a las circunstancias |
| *Autonomía* | *proyección exterior* | Riesgo compartido | Proyección Social o a las Personas |

**Estado del Trabajo en Curso e Itinerario de Investigación**

Actualmente nos encontramos en la fase de revisión bibliografía y del estado del arte relacionado con la Responsabilidad social, el Tercer Sector y el Emprendedurismo Socia y Colectivo, el cual nos ha permitido la determinación de los capítulos del estudio y el diseño de un cuestionario para la investigación cualitativa que se testará en determinados casos de la Región de Murcia.

De la revisión académica del articulado científico hemos detectado como importantes entre otras, el estudio de las siguientes proposiciones o hipótesis de investigación:

* **H1**: “Fomentar capacidades emprendedoras como autonomía, retos, asunción de riesgos, permite reforzar el espíritu emprendedor social y colectivo”.
* **H2**: “El espíritu del emprendedor social está directamente relacionado con las estrategias de desarrollo colectivas y las políticas de acción social”.
* **H3**: “Cambios colectivos, adaptación a las circunstancias, riesgo compartido y proyección social del emprendedor social son características marcadas de las actividades y órganos de gestión en las organizaciones no lucrativas (ONL)”.
* **H4**: “El comportamiento responsable de las ONL está relacionado con la existencia de un código ético y a su vez con el espíritu del emprendedor social y colectivo”.
* **H5**: “La comunicación y la transparencia se asocia de forma significativa y positiva en aquellas ONL que trabajan con ética, en equipos de trabajo, en red, se orientan a la calidad, la innovación y se adaptan a los cambios de la sociedad”
* **H6**: "Los valores de la cultura organizativa en las ONL influyen de forma positiva y significativa en los procesos de toma de decisión en la empresa”.
* **H7**: " Los resultados de la dirección responsable de las ONL se asocian de forma significativa a la aplicación de medidas de responsabilidad social".

El proceso de captura de los datos, medición, análisis y reflexión de la gestión socialmente responsable de los casos seleccionados, nos permitirán aportar información acerca del comportamiento y la dimensiones de la Responsabilidad (RSO) en ONS´s y de las actividades emprendedoras orientadas hacia la promoción del desarrollo social, económico y ecológico de la región.

**Conclusiones**

La responsabilidad Social (RSO) en el entorno de las Organizaciones No Lucrativas, exigen compromisos sociales y medioambientales que serán reforzados por los resultados de esta investigación. La transparencia, ética, practicas continuadas del movimiento emprendedor y el buen gobierno son elementos esenciales para el desarrollo interno y externo de la gestión de este tipo de empresas, por tanto las políticas y estrategias de funcionamiento que tengan implementadas serán claves para afianzar su comportamiento socialmente responsable y su fomento y difusión de la Cultura Emprendedora. Los resultados de responsabilidad social y el emprendimiento social y colectivo son un fiel reflejo de la buena Dirección Corporativa en ONL.

**Bibliografía**

Bueno Campos, E. (2004): *El gobierno de la Empresa*, Ediciones Pirámide. Madrid.

Burguillo, M., y García, M. (2005): “La política de comercio internacional norte-sur y sus repercusiones sobre la sostenibilidad global”, Economía Industrial. Nº 358, pp. 161-172.

Cabrera, M.K.; Déniz, M.C.; Santana, D.J. (2005): “Responsabilidad social corporativa y empresa familiar”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 14, N. 4, pp. 43-58.

Comisión Europea, 2008, *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies*, Final Report of the Expert group, Entreprise and Industry Directorate General.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003). Libro verde. El espíritu empresarial en Europa. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003\_0027es01.pdf. Consultado en septiembre de 2010.

Galindo, P. (2006): “Cultura Ético – Emprendedora (E2) y desarrollo de competencias transversales clave para la inserción sociolaboral de los universitarios”. *Revista de Educacion de la Universidad de Granada*, 19, pp.129-146.

Guadamillas, F. y Donate, M.J. (2008): “Responsabilidad social corporativa, conocimiento e innovación: hacia un nuevo modelo de dirección de empresas”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol.17 Nº3. pp.11-26.

Jenkins, H., y Yakovleva, N. (2006): “Corporate social responsability in the mining industry: exploring trends in social and environmental disclosure*”.* Journal of Cleaner Production. Vol. 14, pp. 271-284.

Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S. and Bosma, N.S. (2011): “Designing a Global Standardized Methodology for Measuring Social Entrepreneurship Activity: The Global Entrepreneurship Monitor Social Entrepreneurship Study*”. Small Business Economics, forthcoming.*

*LIBRO VERDE (2001) - Promover un cuadro europeo para a responsabilidade social De empresas, Bruselas, 18/07/2001, Comisión de las Comunidades Europeas. Disponible en: www.europart.eu.int.*

Mitchell, R.K., Smith, J.B., Seawright, K.W, & Morse, E.A. (2002): “Cross-cultural cognitions and the venture creation decision”. *Academy of Management Journal*, 43 (5), pp. 974-993.

Mair, J y Martí, I. (2006): “Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight”. *Journal of World Business*, 41 (1), 36-44.

Martínez- Fernández, Juanatey, Oscar - da Silva Faria, M.J. (2010): “Percepciones del concepto de la responsabilidad social corporativa: un estudio exploratorio”. *Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales UNLZ*, Año VII, Número 13, V3, pp.3-34: Disponible : www.hologramitica.es

Nieto, M.; Fernández, R. (2004): “Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management”. *Universia Business Review, Actualidad Económica*, N. 1, pp. 28-39.

Peredo AM. y McLean M. (2006). “Social entrepreneurship: A critical review of the concept”. *Journal of World Business*, 41, 56–65.

SAGOT, Montserrat (2008): “Comentario al libro Domesticar el bienestar en América Latina”,mesa redonda, 19 de junio, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.

Vidal, P. (2005): “La responsabilidad social de las organizaciones no lucrativas”. *Centro de recursos del Observatorio del Tercer Sector*. www.tercer-sector.org